



PARTE 2 DE 3

MANUAL MINHO PLUS

# Manual de Turismo Rexenerativo e Sostible

Metodoloxía para deseñar experiencias rexenerativas e boas prácticas por tipo de empresa no territorio Miño–Minho.



**Escanea el código para  
acceder a la lista de asistencia**



# FORMADORA



Alexandra **Touza**

España

Xerente de **Ponle Cara al Turismo**, consultoría, plans estratéxicos, dinamización territorial, creación de produto, promoción turística, marca territorial e formación en Turismo Creativo, Comunitario e Industrial. CEO da plataforma imalocal.es, primeiro *marketplace* de turismo industrial que pon en contacto a empresas, industrias e pequenos produtores con viaxeiros de todo o mundo.

A experiencia vinculada ao emprendemento e a mellora empresarial, xunto co coñecemento de máis de 15 anos no sector turístico, permitiulle levar a cabo proxectos dende unha perspectiva integral. O resultado do seu traballo materialízase na **xestión e a coordinación de proxectos de turismo industrial** como “La ruta conservera”, “Team Building Marinero”, “La Ruta Alimentaria de Santa Comba”, e recentemente, unha das rutas máis esperadas na cidade de Vigo, “Vigo Pesqueiro”.

Axente de **Desenvolvemento Sostible e Dinamizador do Medio Rural**. Directora da Empresa de Servizos Turísticos e Consultoría PONLE CARA AL TURISMO, S. L., membro operador de CREATIVE TOURISM GALICIA e membro operador de AOTI (Asociación de Operadores de Turismo Industrial).

Impartiu formación como **docente** para escolas de turismo, Universidade Rey Juan Carlos, Universidade da Coruña, UNED de Ourense, UNED de Vigo, UNED da Coruña, Fedepesca, Hecansa, Diputación de Pontevedra, IEBS Business School, Asociacións de Empresarios, Cooperativa de armadores, confrarías, concellos, así como, para administracións públicas en Galicia, Cantabria, Canarias, Portugal e Cataluña.

[Coñece máis](#)





# Contido desta segunda parte

Nesta entrega abordamos dous grandes bloques do manual:

## Capítulo 4

Metodoloxía paso a paso para deseñar experiencias rexenerativas: diagnóstico, codeseño, diagnóstico, codeseño, propósito, viaxe do cliente, prototipado e ferramentas.

## Capítulo 5

Boas prácticas concretas por tipo de empresa: aloxamentos, restauración, actividades de actividades de natureza, agroexperiencias e turismo creativo-comunitario.





#### CAPÍTULO 4

# Metodoloxía para deseñar deseñar experiencias rexenerativas

Un proceso de cinco pasos que guía calquera empresa turística do Miño–Minho dende a dende a observación do territorio ata o lanzamento dunha experiencia con impacto positivo impacto positivo real.



# Paso 1 — Mirar o lugar

## Diagnóstico rápido da paisaxe, comunidade e recursos

Antes de deseñar unha experiencia, é imprescindible comprender o contexto onde se vai desenvolver. Este diagnóstico rápido debe responder tres preguntas básicas que orientarán todas as decisións posteriores.





# As tres preguntas do diagnóstico

## 1 Que recursos son esenciais?

Ríos, viñedos, bosques, fortalezas, oficios  
oficios tradicionais, festas, produtos  
gastronómicos... Identifica os activos  
naturais e culturais clave para a túa  
experiencia.

## 2 En que estado están e quen os coida?

Asociacións, comunidades de montes,  
confrarías, cooperativas agrarias, concello...  
concello... Coñece os gardiáns do recurso.

## 3 Que riscos o tensións existen?

Presión sobre o recurso, conflitos de uso,  
uso, estacionalidade, falta de relevo  
xeracional... Anticipa os problemas antes de  
antes de comezar.

# Ferramenta: Mapa de actores clave

## Que é?

Un esquema simple que identifica quen son os axentes relevantes e relevantes e que relación teñen contigo e co recurso.

### Actores típicos:

- Produtores locais
- Asociacións culturais
- Administración pública
- Outros negocios turísticos

## Exemplo replicable

Unha **bodega pequena** que quere ofrecer visitas identifica: viticultor ecolóxico, ecolóxico, asociación cultural con ruta de patrimonio, concello que xestión ao centro de ao centro de interpretación do viño e aloxamentos próximos.

A partir de aí, diseña unha **experiencia conxunta** que sume forzas e multiplique o valor para o visitante.





PASO 2

## Escoitar a comunidade

O turismo rexenerativo non se deseña nun despacho; **codeséñase** coas persoas que viven, traballan e coidan o territorio. Isto pode facerse mediante entrevistas, obradoiros e aprendizaxe comunitaria.

# Técnicas de escoita activa



## Entrevistas informais

Con veciños, produtores, técnicos municipais e asociacións. Conversacións estreitas que revelan coñecemento profundo do territorio.



## Obradoiros de codeseño

Sesións onde se presentan ideas e se recolle *feedback* de diferentes perfís. A comunidade participa activamente en dar forma á experiencia.



## Aprendizaxe comunitario

Incorporar saberes locais —receitas, oficios, relatos, técnicas tradicionais— no tradicionais— no deseño da experiencia turística.



# Preguntas clave para as entrevistas

Que che parece que os visitantes coñezan isto?

Que che gustaría que aprenderan?

Como poderíamos facelo sen molestar o danar?

Gustaríache participar dalgunha forma?

## Exemplo replicable

Unha empresa de rutas convoca unha reunión informal con veciños dunha dunha aldea ribeirense para deseñar unha **ruta fluvial**. Os veciños achegan achegan relatos da fronteira, sinalan sitios fráxiles que hai que evitar e suxiren e suxiren incluír unha visita á lonxa de pescadores.

O produto final é máis rico, conta con **apoio local** e reparta beneficios.



PASO 3

## Definir propósito, público e promesa promesa transformadora

Toda experiencia rexenerativa debe ter claro o seu **por que**, o seu **para quen** e o **que vai cambiar** na persoa que a vive. Estes tres piares guían todas as decisións de deseño.



# Os tres piares da experiencia



## Propósito

Para que existe esta experiencia máis alá de de xerar ingresos? Exemplo: reconectar as as persoas co río, transmitir o oficio da pesca pesca artesanal, restaurar ribeiras.



## Público obxectivo

A quen está dirixida? Exemplo: familias urbanas con nenos, parellas interesadas en ecoturismo, grupos pequenos de amigas.



## Promesa transformadora

Que vai cambiar na persoa? Exemplo: irase irase coñecendo o valor ecolóxico do río, sabendo como apoiar a produtores locais. locais.

# Lenzo de experiencia rexenerativa

Ferramenta práctica simplificada para definir os elementos clave da túa experiencia:

| Elemento      | Pregunta                          | Resposta breve   |
|---------------|-----------------------------------|------------------|
| Propósito     | Por que esta experiencia?         | (A túa resposta) |
| Público       | Para quen?                        | (A túa resposta) |
| Promesa       | Que vai cambiar no visitante?     | (A túa resposta) |
| Impacto local | Que mellora dentro do territorio? | (A túa resposta) |
| Aliados clave | Con quen colaboras?               | (A túa resposta) |



# Exemplo: «Miño de fronteira»



## Propósito

Darlle visibilidade á vida compartida entre as dúas beiras do Miño.



## Público

Viaxeiros culturais curiosos.



## Promesa

Comprenderán a historia viva da fronteira.



## Aliados

Asociación cultural PT, taberna galega, museo local. Apoio económico a económico a produtores e guías de ambos os lados.

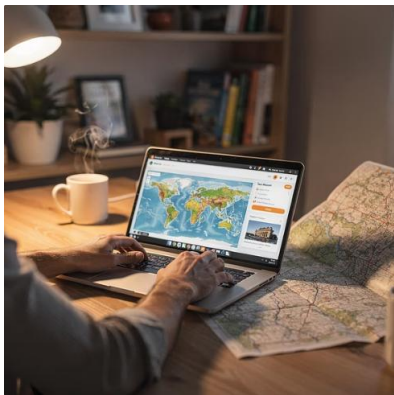


PASO 4

## Deseñar a viaxe completa do cliente cliente

Unha experiencia rexenerativa **non comeza cando o cliente chega nin remata cando marcha. cando marcha.** Hai que coidar todo o percorrido: antes, durante e despois, integrando integrando impactos positivos en cada fase.

# Antes — Preparar a chegada



## Comunicación clara e honesta

Explica que vai vivir o visitante, que impacto terá a súa visita e como prepararse (roupa, expectativas). A transparencia xera confianza.



## Mobilidade sostible

Facilita como chegar en tren o bus, ofrece opcións de coche compartido. Reduce a pegada de carbono dende o primeiro momento.



# Durante — Vivir a experiencia

01

## Cálida recepción

Presentación do contexto e do propósito da experiencia. O visitante entende por que está aí. aí.

02

## Actividades con ritmo adecuado

Momentos de reflexión, contacto directo coa comunidade e natureza. Non saturar, deixar espazo espazo para a contemplación.

03

## Accións rexenerativas tanxibles

Plantar unha árbore, limpar unha ribeira, apoiar un apoiar un proxecto local. O visitante convértese en convértese en axente de cambio.

# Despois — Manter o vínculo

## Seguimento

E-mail con agradecemento, resumo resumo de impactos xerados e formas de seguir conectado (*newsletter*, redes, próximas actividades).

## Invitación a volver

Compartir a experiencia e regresar. O vínculo emocional co territorio mantense vivo.

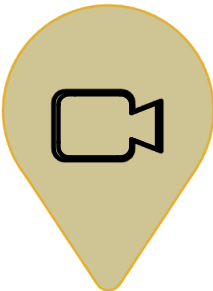


**Exemplo:** E-mail coa foto do grupo plantando, mapa de mapa de localización «das súas árbores» e ligazón ao ao proxecto de seguimento. O visitante nota que deixou deixou pegada positiva.

# Exemplo completo do viaxe do cliente

## ANTES

Web con vídeo e mapa  
mapa de transporte  
sostible



## DESPOIS

E-mail con foto, mapa de  
árbores e seguimento



## DURANTE

Ruta 3h, avistamento,  
plantación e degustación

Este exemplo mostra como unha ruta fluvial integra impactos positivos en cada fase, dende a comunicación previa ata o seguimento posterior.





PASO 5

## Prototipar e testar con grupos pequenos

Antes de lanzar a experiencia ao mercado, é fundamental probala **con grupos reducidos** (beta-testers) e axustar en función do aprendido. Non busques a perfección: busca a aprendizaxe rápida.

# Fases do prototipado rápido



## 1. Crear prototipo básico

Versión simplificada da experiencia, pode ser gratuíta ou a prezo reducido.  
reducido.



## 2. Probar con 2–3 grupos

Perfís variados: locais, visitantes habituais, novos clientes.



## 3. Recoller *feedback*

Que lles gustou, que mellorarían, se recomendarían, que aprenderon,  
aprenderon, como se sentiron.



## 4. Axustar e lanzar

Duración, prezo, contidos, loxística, comunicación. Validar versión final.  
final.

# Exemplo: «Da herba ao queixo»



Unha **queixaría** deseña a experiencia e próbaa con tres grupos: amigos, clientes habituais e blogueiros gastronómicos.

## Descubrimentos:

- Faltaba tempo para a degustación
- Os visitantes querían levar un pequeno queixo de lembranza

**Axustes:** amplía duración, axusta prezo e engade opción de compra. Lanza ao mercado con mercado con éxito.



# Ferramentas e modelos do programa Minho Plus

O manual ofrece modelos de traballo que facilitan todo o proceso metodolóxico:



## Lenzo de experiencia rexenerativa

Define propósito, público, promesa, impacto e aliados nun só documento.



## Mapa de actores do territorio

Identifica e conecta os axentes relevantes do teu medio.



## Ficha de produto Minho Plus

Estrutura a túa experiencia con todos os datos necesarios.



## Checklist de teste e validación

Asegura que o teu prototipo cubre todos os aspectos antes do lanzamento.

# Resumo da metodoloxía en 5 pasos



Estes cinco pasos forman un ciclo iterativo: tras o lanzamento, volve mirar, escoitar e axustar para mellorar continuamente a túa experiencia rexenerativa.



## CAPÍTULO 5

# Boas prácticas por tipo de empresa

Traducimos os principios do turismo rexenerativo en **accións concretas** segundo o tipo de negocio, con orientacións operativas e exemplos replicables para empresas do Miño–Minho.



# Cinco tipos de empresa, un mesmo enfoque



## Aloxamentos rurais

Xestión ambiental, experiencias *in situ* e redes colaborativas.



## Restauración

Produto local, redución de desperdicio e eventos gastronómicos.



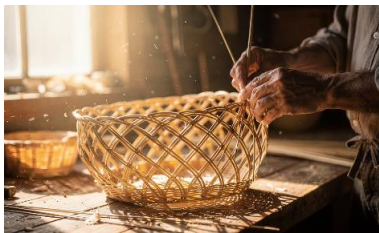
## Actividades de natureza

Baixa pegada, accións rexenerativas e rexenerativas e grupos pequenos. pequenos.



## Agroexperiencias

Visitas, catas, *storytelling* e integración en rutas.



## Turismo creativo

Obradoiros de oficios, rutas de memoria e reparto xusto.



SECCIÓN 5.1

# Aloxamentos rurais e pequenos hoteis

As melloras ambientais en aloxamentos non sempre requiren grandes investimentos. Moitas investimentos. Moitas amortízanse decontado e melloran a experiencia do cliente.

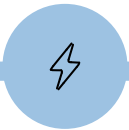


# Xestión da auga, enerxía e residuos



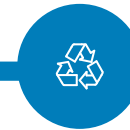
## Auga

- Billas e duchas de baixo consumo
- Recollida de auga de chuvia para regar.
- Explicar ao hóspede o contexto hídrico local



## Enerxía

- Placas solares para auga quente o electricidade
- Iluminación LED
- Illamento térmico básico



## Residuos

- Separación selectiva visible e fácil
- Compostaxe de residuos orgánicos
- Eliminación de plásticos de uso único



# Caso de éxito: casa rural sostenible en Galicia



Casa rural que instala **termo solar**, substitúe lámpada por **LED** e crea un pequeno compostador.

## 40 %

**Redución**

en factura enerxética

Mellora comentarios online e accede ao **selo de aloxamento sostenible**. Inversión amortizada en menos de dous anos.

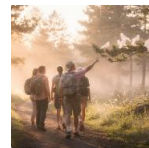
# Experiencias *in situ*: máis que un lugar onde durmir

Incorporar actividades sinxelas aumenta o valor percibido e a diferenciación do aloxamento:



## Horta de aromáticas

Os hóspedes colleitan herbas para infusións ou para que cociñe o anfitrión.



## Paseos interpretativos

Ruta curta polo medio explicando flora, fauna e historia local.



## Espazo de traballo traballo remoto

Zona wifi, mesa ampla, cafeteira. Ideal para nómades dixitais.



## Observación de ceos

Se o medio o permite, unha pequena sesión de astronomía nocturna.





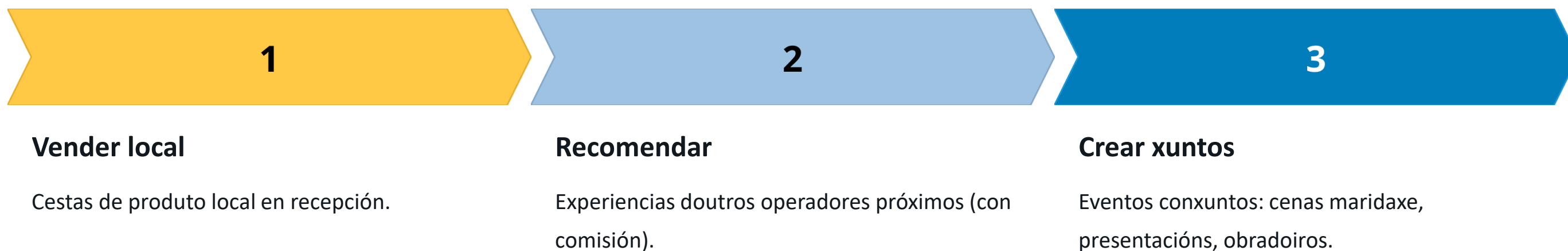
## Exemplo: «Paseo ao amencer»

Casa rural que ofrece paseo gratuíto para hóspedes: **1 hora camiñando** pola zona con explicación de aves e plantas e rematando con **almorzo de produtos locais**. Os hóspedes valoran moito esta experiencia e menciónana nas opinións.



# Redes con produtores, guías e asociacións

Ningún aloxamento debe traballar illado. **Tecer alianzas multiplica o valor** para todos:



📄 **Exemplo:** Aloxamento que firma acordo con queixaría, bodega e empresa de kayak: ofrece «pack Miño completo» (aloxamento + actividade + actividade + degustación) con prezo conxunto e reparto equitativo. Mellora a ocupación en tempada media.



## SECCIÓN 5.2

# Restauración, bares e cafés

O restaurante é o **escaparate perfecto** da gastronomía do territorio. Apostar polo produto local xera múltiples beneficios: frescura, historia, menor pegada de carbono e apoio directo a produtores.

# Carta de produto local e de tempada

## Carta estacional

Cambia segundo a dispoñibilidade dos produtos. Cada tempada trae novos sabores. sabores.

## Indicar a orixe

«Queixo de X freguesia», «Lamprea de Y». O comensal coñece a procedencia.

## Visibilizar produtores

Foto en parede, mención en redes, invitación a invitación a eventos. O produtor ten rostro. rostro.



# Exemplo: taberna de proximidade

Taberna que traballa **só con provedores a menos de 50 km**, publica na carta un carta un pequeno texto sobre cada produtor e organízase unha vez ao trimestre: trimestre:

«**Xantar co produtor**»: menú especial onde o produtor explica o seu traballo aos traballo aos comensais.

O resultado: clientes máis fieis, produtores máis visibles e unha historia auténtica que se comparte boca a boca.



# Redución de desperdicio e envases

O sector gastronómico xera moitos residuos. Hai múltiples formas de reducilos:



## Menús de aproveitamento

Utilizar partes que habitualmente se descartan.  
Creatividade culinaria ao servizo da sostibilidade.



## Compostaxe e retornables

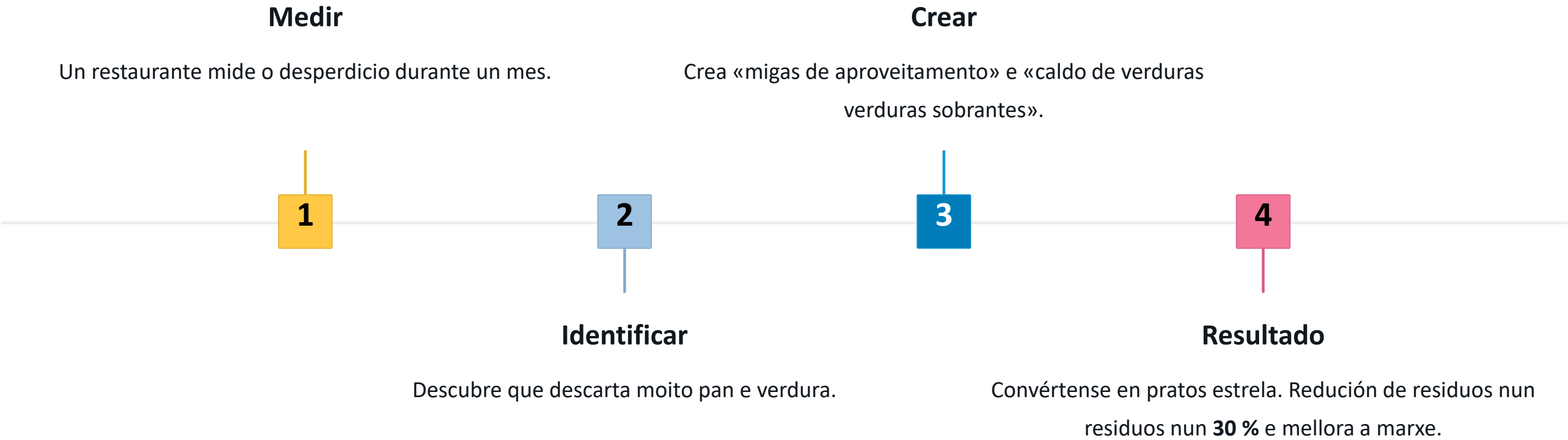
Compostaxe de orgánicos, alianza con proxectos  
tipo «ReTour» (enxoval retornable compartido).



## Doggy bag e cero plástico

Ofrecer levar as sobras, eliminar plásticos de uso  
único (palliñas, vasos, cubertos).

# Exemplo: de residuo a prato estrela





# Eventos e experiencias gastronómicas

O restaurante pode ir máis alá do servizo diario e converterse en **espazo de experiencias**:



## Catas temáticas

Viño, queixo, embutidos, con explicación e enxoval. enxoval. Educar o padal mentres se desfruta.



## Cenas con historia

Menús baseados en receitas tradicionais con relatos relatos de persoas maiores. Gastronomía e memoria.



## Obradoiros de cociña

Pequenos grupos que cociñan pratos locais co chef. Aprender facendo.

# Exemplo: «Xoves de lamprea»

## A proposta

Pequena tasca organiza cada **xoves de tempada** un menú fixo de fixo de lamprea con explicación de artes de pesca sostibles.

Parte do ingreso vai destinado á **asociación de pescadores artesanais**.

## O resultado

Pasa a converterse en **evento de referencia** na zona. Atrae tanto a locais como a visitantes. Xera ingresos recorrentes para o restaurante e visibiliza a pesca artesanal do Miño.

Un exemplo perfecto de como a gastronomía pode ser vehículo de cultura e e sostibilidade.



#### SECCIÓN 5.3

# Empresas de actividades de natureza e cultura

As actividades na natureza poden ter impacto negativo se non se xestionan ben. As boas  
As boas prácticas garanten que a experiencia sexa memorable e respectuosa.



# Rutas de baixa pegada: a pé, en bici e en kayak

## Grupos pequenos

Máximo 8–12 persoas por grupo. Mellor experiencia, menor impacto.

## Respectar sendeiros e zonas sensibles

Seguir camiños marcados, evitar zonas de sensibilidade ecolóxica e horarios de nidificación/reproducción.

## Evitar ruído excesivo

A natureza experimentase en silencio. Menos ruído, máis conexión.

## Materiais duradeiros

Kayaks de calidade, bicicletas ben mantidas. Equipos reparables, non non desbotables.



## Exemplo: empresa de kayak responsable

Empresa que limita os grupos a **8 persoas**, forma guías en interpretación ambiental, marca no mapa zonas de desembarco permitidas e **prohibe desembarco en illotes con nidificación**. Os clientes valoran o enfoque respectuoso e iso queda reflectido nas opinión.

# Integrar accións rexenerativas sinxelas

As actividades poden incluír pequenas accións de rexeneración que **transforman a experiencia**:



## Limpeza de ribeiras

Dedicar 15 min ao final da ruta a recoller residuos, pesar e rexistrar. Impacto visible e inmediato.



## Plantación simbólica

Cada grupo planta unha árbore ribeirense, con seguimento posterior. Un legado tanxible.



## Ciencia cidadá

Rexistrar especies en apps como eBird ou iNaturalist. Datos útiles para a investigación.



# Exemplo: «5 minutos de ciencia» en cada ruta

Empresa de sendeirismo que incorpora en cada ruta:

- Rexistran **aves avistadas** en aplicacións colaborativas
- Miden **caudal do río** con método simple
- Fotografan **especies invasoras**

Os datos compártense coa **universidade local** que estuda a conca. Os clientes séntense parte dun proxecto máis grande e a experiencia gana profundidade.



# Seguridade, capacidade de carga e grupos pequenos

01

## Avaliación de riscos

Protocolos claros para cada actividade e medio.

02

## Seguro de responsabilidade civil

Cobertura adecuada para todas as actividades ofrecidas.

03

## Equipos de calidade

Ben mantidos e revisados periodicamente.

04

## Formación continua de guías

Actualización constante en seguridade e interpretación.

05

## Respectar capacidade de carga

Número máximo de persoas por día/zona cando aplique.



# Exemplo: acordo colectivo de capacidade de carga

- ❏ Rede de empresas de actividades do Miño que acorda entre todas un máximo de **40 persoas/día** no tramo máis sensible do río, con sistema de **quendas rotativo**. Evitan saturación, melloran experiencia e protexen o ecosistema. Un exemplo de competencia colaborativa.







#### SECCIÓN 5.4

# Bodegas, queixarías, obradoiros e agroexperiencias

Os produtores que abren as súas portas ao público xeran venda **directa**, **educación do consumidor**, **diferenciación** e diversificación de ingresos.

# Abrir as portas: visitas, catas e obradoiros

**1**

## Espazos preparados

Limpos, seguros e accesibles para o público.

**2**

## Guión de visita

Claro e ensaiado. Cada momento ten o seu propósito.

**3**

## Degustación deseñada

Ben pensada para educar o padal e xerar desexo de compra.

**4**

## Opcións de compra

Ao final da visita, o momento perfecto para a venda directa.

# Exemplo: queixaría familiar aberta ao público



Queixaría que abre **sábados polo mañá**:

- Visita guiada de 1h: prado, cabras, queixaría, maduración
- Cata de 4 queixos
- Venda directa ao final

**12 €**

**Por persoa**

Prezo da visita

**20 €**

**Venda media**

Produto adicional por visitante



# ***Storytelling*** do solo, variedades locais e oficio

Os produtores teñen **historias potentes** que contar e que conectan emocionalmente cos visitantes:

## **Recuperación de variedades autóctonas**

Uvas, queixo, mel... Variedades case perdidas que volven á vida grazas ao grazas ao esforzo de produtores comprometidos.

## **Coidado do solo e biodiversidade**

Producir sen químicos, rexenerar a terra. Unha historia que xustifica prezos máis altos.

## **Técnicas tradicionais adaptadas**

Saber ancestral combinado con coñecemento actual. O mellor de dous dous mundos.

## **Relevo xeracional**

Mozos que volven ao rural. Historias de vida que inspiran e emocionan.

# Exemplo: bodega que recupera variedades perdidas

Bodega pequena que **recupera variedades de uva case perdidas**, na visita explícase como coida o solo sen químicos e mostra fotos antigas da familia vendimando.

Os visitantes comparten a historia en redes e recomendan a bodega.

**40 %**

**Aumento**

en venda directa



# Integración en itinerarios Miño–Minho e venda directa

Os produtores non deben traballar illados. **Integrarse en rutas e experiencias** amplía o alcance:



## Rutas gastronómicas

Formar parte de rutas do viño o gastronómicas do territorio.



## Colaborar con aloxamentos

Acordos con aloxamentos e restaurantes próximos para derivar visitantes.



## Eventos e feiras

Participar en eventos do territorio para ganar visibilidade.

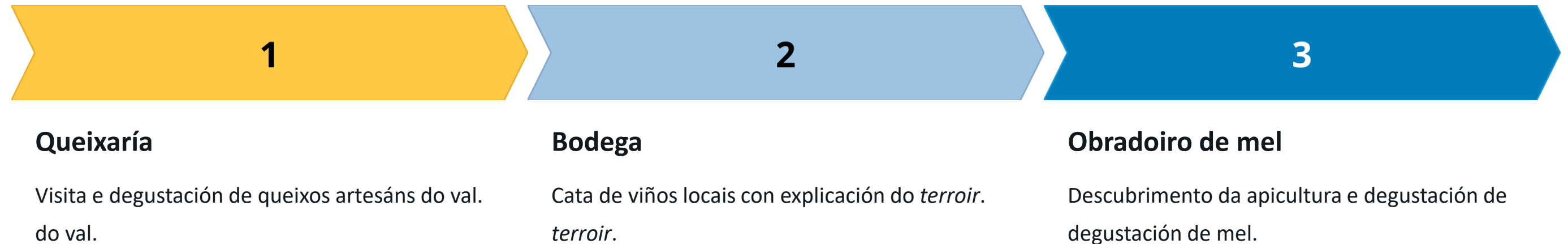


## Venda online e colectiva

Vender en web propia e en puntos de venda colectivos.



## Exemplo: «Ruta dos Sabores do Miño»



Pack conxunto con visita aos tres produtores, **pícnic de produtos e un pequeno regalo**. Véndese a través da web común e de aloxamentos da zona. Reparto equitativo de ingresos e do esforzo de promoción.

SECCIÓN 5.5

# Turismo creativo, cultural e comunitario

Os oficios tradicionais, as historias de fronteira, as festas e as tradicións orais son **activos únicos** do Miño–Minho que poden converterse en experiencias turísticas potentes.



# Obradoiros de oficios tradicionais

Cestería, textil, cerámica, música, construcción tradicional... Son recursos turísticos potentes que xeran múltiples beneficios:

## **Aprender facendo**

O visitante participa activamente en obradoiros prácticos.

## **Transmisión interxeracional**

Saberes que pasan de maiores a mozos e visitantes.

## **Ingresos para artesáns**

Diversificación económica que dignifica o oficio.



# Exemplo: obradoiro de tinturas naturais



Artesá téxtil que ofrece obradoiro de **3 horas de tinturas naturais** con plantas do río:

1. Recollida de plantas tintóreas
2. Preparación das tinturas
3. Tinguir unha peza que leva o visitante

**35 €/persoa**, grupos de 6 máximo. Cubre custos, xera ingresos e dá a coñecer o seu traballo a un público novo.

# Rutas de memoria e patrimonio inmaterial

As historias de fronteira, as festas, as tradicións orais e a música son activos únicos:



## Rutas guiadas por maiores

Persoas maiores que contan relatos vividos. Memoria viva do territorio.



## Lugares de memoria

Contrabando, migracións, mercados históricos. Visitas a espazos cargados de historia.



## Arquivo de relatos orais

Gravación e arquivo de historias como parte da experiencia. Patrimonio que se preserva.



## Exemplo: «Roteiro de Memoria da Fronteira»

Asociación cultural que organiza un **paseo de 2 horas** por aldeas de ambas as beiras con **3 persoas maiores** que contan historias de contrabando, vodas mixtas e mercados.

Grávase audio con permiso e arquívase. Visitantes pagan **15 €**, unha parte vai á asociación e outra aos narradores. Patrimonio inmaterial que se converte en se converte en experiencia viva.



# Modelos de reparto xusto de ingresos

O turismo comunitario implica que a comunidade **participa e se beneficia** de forma equitativa:



## Cooperativas de guías locais

Guías do territorio organizados colectivamente, con reparto equitativo de de traballo e ingresos.



## Fondos comúns

Parte do ingreso destínase a proxectos na vila: na vila: restauración de camiños, sinalización, sinalización, limpeza de ribeiras.



## Contratos claros

Acordos de colaboración transparentes con artesáns, produtores e narradores.

# Exemplo: fondo común para o territorio

## O modelo

Rede de experiencias Miño que destina **2 € de cada reserva** a un fondo fondo común para proxectos de mellora do territorio.

**Decisión participativa anual** sobre o uso do fondo.

## Proxectos financiados

- Restauración de camiños históricos
- Sinalización de rutas
- Limpeza de ribeiras
- Mellora de infraestruturas comunitarias

Un modelo onde cada visitante contribúe directamente ao benestar do do territorio que visita.

# Recapitulación: Parte 2 do Manual

Nesta segunda entrega percorremos a **metodoloxía completa en 5 pasos** para deseñar deseñar experiencias rexenerativas e **boas prácticas concretas** para cinco tipos de empresa do empresa do Miño–Minho.

|                                                                                                      |                                                                                                       |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Metodoloxía</b><br><br>Mirar, escoitar, definir, deseñar, prototipar.                             | <b>Boas prácticas</b><br><br>Aloxamentos, restauración, natureza, agroexperiencias, turismo creativo. |
| <b>Próxima entrega</b><br><br>Parte 3: continuamos construíndo un turismo que rexenera o territorio. |                                                                                                       |







# CreaciónExperiencias

Avaliación Curso e Profesor



[www.riominho.creacionexperiencias.com](http://www.riominho.creacionexperiencias.com)



[gestionproyectos@riominho.creacionexperiencias.com](mailto:gestionproyectos@riominho.creacionexperiencias.com)



Tel: +34 625 54 77 48